

BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian, penulis mengadakan kajian terhadap penelitian yang terdahulu. Bertujuan sebagai penguat dalam skripsi ini, agar tidak terjadi plagiat dan kesamaan, karya ilmiah yang penulis temuka berupa skripsi.

Skripsi Ahmad Nasoha (2012) yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Palangka Raya”**, dengan rumusan masalah: Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada bank muamalat indonesia cabang palangka raya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan terhadap loyalitas nasabah dengan tingkat hubungan pada kategori ”kuat”, hal ini berdasarkan hasil koefisien kolerasi produt moment yaitu sebesar 0,647. Kemudian besarnya kontribusi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 41,85%, dan sisanya 58,14% ditentukan oleh variabel lain.⁷

Skripsi Muhammad Zainal (2012) yang berjudul **“Pengaruh Media Massa terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMP Negeri 1 Mandai Kabupaten Maros”**, dengan rumusan masalah a) Bagaimana tingkat penggunaan media massa (koran, majalah, TV dan radio) bagi siswa SMP Negeri 1 Mandai Kabupaten Maros? , b) Apakah siswa di SMP Negeri 1 Mandai Kabupaten Maros memperlihatkan kecederungan prilaku konsumtif?, c) Adakah pengaruh antara media massa dengan perilaku konsumtif siswa SMP Negeri 1

⁷Ahmad Nasoha, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Palangka Raya*, Palangka Raya, 2012.

Mandai?, hasil penelitian menunjukkan bahwa: a) Pemanfaatan media massa siswa SMP Negeri 1 Mandai Kabupaten Maros masih tergolong jarang ke bawah. Distribusi frekuensi menunjukkan bahwa pada kategori Kadang-kadang dimana terdapat sebanyak 36 siswa dari 70 orang sebesar 51,43% yang menyatakan memanfaatkan media massa dan berada pada kategori sangat sering, kategori sering terdapat sebanyak 14 orang atau sebesar 20% yang memanfaatkan media massa, kategori jarang sebanyak 12 orang atau sebesar 17,14% yang memanfaatkan media massa dan kategori sangat tinggi sebanyak 5 orang atau sebesar 7,14 yang memanfaatkan media massa dan kategori sangat rendah sebanyak 3 orang atau sebesar 4,29 orang yang memanfaatkan media massa, b) Pola perilaku konsumtif siswa SMP Negeri 1 Mandai berada pada kategori Konsumtif, dimana pada kategori pola perilaku sangat konsumtif terdapat sebanyak 17 orang atau sebesar 24,29% dari 70 orang siswa, pada kategori konsumtif terdapat sebanyak 37 orang atau sebesar 52,86%, pada kategori kurang konsumtif terdapat sebanyak 11 orang atau sebesar 15,71%, pada kategori tidak konsumtif terdapat sebanyak 3 orang atau sebesar 4,29% dan pada kategori sangat tidak konsumtif hanya terdapat sebanyak 2 orang atau sebesar 2,86% dari 70 orang responden, dan c) Pemanfaatan media massa berpengaruh terhadap pola perilaku konsumtif siswa. Hal ini ditunjukkan oleh $R^2 = 0,0007$ atau 0,7%. Hasil pengujian tersebut memberikan makna bahwa, hanya sekitar 0,7 % variabel pemanfaatan media Massa mempengaruhi pola perilaku konsumtif

siswa dan faktor lain mempengaruhi selain media massa sebesar 99,93%, seperti latar belakang ekonomi, tingkat umur, lingkungan sosial, pergaulan dan sebagainya.⁸

Skripsi Aini Yuwanisa yang berjudul **“Perbedaan Persepsi Perilaku Konsumtif Terhadap *Chatting* Dilihat Dari Jenis Kelamin Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma”** dengan rumusan masalah apakah ada perbedaan persepsi perilaku konsumtif terhadap *chatting* dilihat dari jenis kelamin mahasiswa fakultas psikologi universitas Gunadarma, hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi terhadap perilaku konsumtif yang signifikan terhadap *chatting* dilihat dari jenis kelamin Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma. Hal tersebut kemungkinan dikarenakan faktor lain yang lebih dominan yang dapat mempengaruhi persepsi terhadap perilaku konsumtif terhadap *chatting*. Faktor lain adalah perkembangan zaman dan usia.⁹

⁸Muhammad Zainal, *Pengaruh Media Massa Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMP Negeri 1 Mandai Kabupaten Maros*, [Http://unduhartikel.blogspot.com/2012/02/judul-pengaruh-media-massa-terhadap.html](http://unduhartikel.blogspot.com/2012/02/judul-pengaruh-media-massa-terhadap.html), diakses pada tanggal 16 Maret 2015.

⁹Aini Yuwanisa, *Perbedaan Persepsi Perilaku Konsumtif Terhadap Chatting Dilihat dari Jenis Kelamin Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma*, [Http://library.gunadarma.ac.id/repository/view/15038/persepsi-tentang-perilaku-konsumtif-chatting-menurut-jenis-kelamin-mahasiswa-fakultas-psikologi-universitas-gunadarma.html/](http://library.gunadarma.ac.id/repository/view/15038/persepsi-tentang-perilaku-konsumtif-chatting-menurut-jenis-kelamin-mahasiswa-fakultas-psikologi-universitas-gunadarma.html/), diakses pada tanggal 27 Desember 2015.

Tabel 1
Perbedaan dan Persamaan Penelitian

No.	Nama dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Ahmad Nasoha: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Palangka Raya	Bank Muamalat Indonesia Cabang Palangka Raya	Judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Palangka Raya Sedangkan penulis mengenai: Pengaruh Fasilitas Kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang palangka Raya
2.	Muhammad Zainal: Pengaruh Media Massa terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMP Negeri 1 Mandai Kabupaten Maros	Pengaruh Perilaku Konsumtif	Judul: Pengaruh Media Massa Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMP Negeri 1 Mandai Kabupaten Maros sedangkan penulis mengenai: Pengaruh Fasilitas Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Terhadap Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Palangka Raya)
3.	Aini Yuwanisa: Perbedaan Persepsi Perilaku Konsumtif Terhadap <i>Chatiing</i> Dilihat Dari Jenis Kelamin Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma	Pengaruh Perilaku Konsumtif	Judul: Persepsi Perilaku Konsumtif Terhadap <i>Chatiing</i> Dilihat Dari Jenis Kelamin Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma, sedangkan penulis mengenai: Pengaruh Fasilitas Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Palangka

			Raya).
--	--	--	--------

Sumber: Dibuat oleh penulis.

B. Landasan Teori

1. Kartu Plastik

a. Pengertian Kartu Plastik

Kartu plastik merupakan kartu yang dikeluarkan oleh bank. Kartu plastik diberikan kepada nasabah untuk dapat dipergunakan sebagai alat pembayaran di berbagai tempat seperti super market, pasar swalayan, hotel, restoran, tempat hiburan, dan tempat tempat lainnya. Di samping itu, dengan kartu ini juga dapat mengambil uang tunai di mesin ATM (*Automated Teller Machine*). Mesin ATM biasanya tersebar diberbagai tempat yang strategis seperti di pusat perbelanjaan, hiburan, dan perkantoran.¹⁰

b. Sejarah Kartu Plastik dan Mesin ATM (*Automated Teller Machine*)

1) Sejarah Kartu Plastik

Penerbitan kartu plastik sebagai kartu kredit pertama kali dilakukan oleh Flatbush National Bank Of Brooklyn di New York Amerika Serikat pada tahun 1946, diikuti kemudian oleh The Dinners Club Inc pada tahun 1950 dan kemudian oleh American Express Company dan Bank of America Overseas Bank pada tahun 1958. Kartu kredit yang diterbitkan oleh Bank of American Overseas Bank dikenal dengan istilah Bank *Americard* yang kemudian berubah nama menjadi *Visa* pada tahun 1976. Sedangkan

¹⁰Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, edisi revisi, Jakarta:RajaGrafinfo Persada, 2012, hal. 195.

MasterCard muncul kemudian pada tahun 1966. Dari benua Amerika, kartu kredit berkembang pula sampai ke Inggris dan benua Eropa, yaitu yang dikeluarkan oleh Euro Cheque “*The First Credit Card Was Issued In 1951*”. Di Eropa pasaran kartu kredit cukup menonjol, dari benua Eropa dan Amerika, kartu kredit terus berkembang ke Asia terutama di Jepang yaitu dengan dikeluarkannya kartu kredit oleh Bank Sumitomo.

Kartu kredit yang pertama kali muncul di Indonesia adalah kartu kredit yang diterbitkan oleh American Express dan Dinners Club. Sedangkan bank nasional pertama yang menerbitkan kartu kredit adalah Bank BCA, namun kartu ini hanya dapat digunakan oleh nasabah BCA saja (bersifat internal). Bank nasional yang pertama kali menerbitkan kartu kredit bekerja sama dengan Internasional adalah Bank Duta. Namun, puncak kejayaan uang plastik ini dalam sejarah kartu kredit di Indonesia di mulai di tahun 1988 ketika dikeluarkan regulasi yang berkaitan dengan dunia perbankan. Regulasi yang lebih dikenal sebagai paket Desember 1988 berhasil memicu pertumbuhan pihak penerbit kartu kredit (bank maupun non-bank).¹¹

2) Sejarah Mesin ATM (*Automated Teller Machine*)

Automated Teller Machine atau yang dikenal dengan Anjungan Tunai Mandiri kini menjadi mesin yang tak bisa lepas dari kehidupan manusia. Hadirnya ATM tak lepas dari tiga nama ini, Luther Simjian, John Shepherd-

¹¹<http://bukukartukredit.blogspot.co.id/2012/06/mempelajari-sejarah-kartu-kredit-di.html>. diakses tanggal 05 Maret 2016.

Barron, dan Don Wetzel. Ketiga orang ini mempunyai ide yang sama mengenai mesin ATM.¹² ATM diperkenalkan sekitar tahun 1969 oleh Chemical Bank Cabang Long Island, Amerikat Serikat, dunia barat mulai mengenal ATM secara luas setelah tahun 1960.¹³ Pada 1980 ATM sudah mulai masuk dan diperkenalkan di Indonesia. Salah satu bank pertama di tanah air yang menggunakan ATM pada tahun 1986 adalah Hong Kong Bank dan Bank Niaga, seiring perkembangan ekonomi dan transaksi di masyarakat, bank-bank lain pun ikut menggunakan mesin ATM. Pada awalnya mesin ATM hanya melayani kartu yang sesuai dengan bank sehingga dikembangkan lagi menjadi ATM BERSAMA.

Secara umum ATM terdiri dari box ATM, tombol angka sebagai keyboard yang dilengkapi tombol cancel, enter, dan exit , kemudian sebuah layar atau monitor, dan kamera (optional) yang biasa terlihat dari luar bilik ATM. Sementara di dalam ATM itu sendiri terdiri dari sebuah CPU, keyboard, modem, kotak uang, printer mini, dan card reader.¹⁴

c. Jenis-jenis Kartu Plastik

Jenis kartu plastik berdasarkan fungsi:

¹²<http://www.jpnn.com/read/2015/06/01/307131/Menilik-Sejarah-Mesin-ATM-yang-Ditemukan-Oleh-Tiga-Orang-Ini>, diakses tanggal 07 Maret 2016.

¹³Simorangkir, *Pengantar Lembaga Keuangan Bank dan Nonbank*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2004, hal 96.

¹⁴Astika Putri Roqimawati, <http://id.scribd.com/doc/187781277/Atm#scribd>, di akses tanggal 25 Maret 2015.

- 1) *Charge Card*, merupakan kartu kredit di mana pemegang kartu harus melunasi semua tagihan yang terjadi atas transaksinya sekaligus pada saat jatuh tempo.
- 2) *Credit Card*, yaitu kartu yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran transaksi jual-beli barang dan jasa, kemudian pelunasan atas penggunaannya dapat dilakukan sekaligus atau secara angsuran sejumlah minimum tertentu.
- 3) *Debet Card*, merupakan kartu yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran transaksi pembelian barang dan jasa dengan cara mendebit/mengurangi saldo rekening simpanan pemilik kartu.¹⁵

Jenis kartu plastik berdasarkan wilayah:

- 1) Kartu plastik lokal, merupakan yang hanya dilakukan dalam suatu wilayah tertentu. Misalnya hanya berlaku di satu negara saja.
- 2) Kartu plastik internasional, merupakan kartu yang dapat digunakan diberbagai negara, tergantung dari bank yang mengeluarkannya. Contoh, *Visa Card, Master Card, Dinner Card* atau *America Card*.¹⁶

d. Pihak-Pihak yang Terkait dalam Penggunaan Kartu Plastik

- 1) *Issuer Card*, merupakan pihak atau lembaga yang mengeluarkan kartu plastik.

¹⁵Veithzal Rivai, dkk, *Bank and Financial Institution Management Conventional & Shariah System*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007, hal. 1363-1364.

¹⁶Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, edisi revisi, Jakarta:RajaGrafinfo Persada, 2012, hal 200-201.

- 2) *Cardholder*/Pemegang Kartu, merupakan nasabah yang namanya tertera dalam kartu kredit/debet sekaligus merupakan pihak yang berhak menggunakan kartu tersebut.
- 3) *Merchant*/Pedagang, adalah sebagai tempat belanja bagi pemegang kartu, dan yang telah disetujui oleh pihak pengelola untuk dapat melakukan transaksi dengan Pemegang kartu yang menggunakan kartu kredit/debet sebagai pengganti uang tunai. Contoh *merchant* seperti, hotel, super market, bioskop, restoran dan tempat-tempatnya lainnya di mana bank mengikat perjanjian.¹⁷

e. Manfaat Pengguna Kartu Plastik

- 1) Kemudahan, kartu kredit dan debit menawarkan kemudahan belanja tanpa perlu membawa uang tunai.
- 2) Keamanan, resiko kehilangan dan pencurian uang lebih rendah karena jika kartu hilang dapat segera menghubungi *issuer* untuk memblokir kartu, karena yang telah diblokir tidak dapat digunakan untuk pembayaran.
- 3) Berlaku diseluruh Negara, beberapa kartu plastik diterima dilebih dari 20 juta lokasi usaha diseluruh dunia. Jika nasabah membutuhkan dana tunai, bisa mengambil di mesin ATM atau bank di seluruh dunia yang menerima kartu debit atau kredit.

¹⁷Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, hal. 196-197.

- 4) Memudahkan Penyimpanan Catatan, kartu kredit dan debit menyediakan catatan semua transaksi setiap bulan, sehingga para pemilik kartu lebih mudah mengetahui ke mana uang terpakai ¹⁸

2. Fasilitas Kartu Plastik Bank Muamalat

Fasilitas kartu plastik yang diberikan oleh pihak Bank Muamalat kepada nasabah atau pun calon nasabah yaitu kartu debit atau *debit card*. Dalam Bank Muamalat kartu debit disebut dengan *Shar-E Debet* atau yang biasanya disebut dengan kartu ATM. Kartu debit yang diberikan oleh Bank Muamalat kepada nasabah memberikan jaringan akses yang mudah, serta manfaat yang luas, kartu debit yang dilengkapi dengan fasilitas tarik tunai di seluruh ATM Muamalat, ATM Bersama serta fasilitas *phone banking* 24 jam. Rekening ini memberikan 2 pilihan kartu ATM/debit, yaitu kartu *Shar-E Regular* dan *Shar-E Gold*. Kedua kartu ini dapat digunakan untuk berbagai transaksi, seperti pembayaran tagihan dan pembelian pulsa elektronik.¹⁹

Kelebihan dari Kartu Shar-E Gold yaitu akses transaksi yang lebih luas di seluruh jaringan ATM Plus dan EDC berlogo VISA di seluruh dunia, bebas biaya transaksi debit di seluruh *merchant VISA* di seluruh dunia keamanan transaksi yang lebih terjamin berkat adanya elemen *chip-based* pada kartu, limit transaksi setaraf *VISA Gold* dengan biaya rekening dan biaya kartu yang lebih ringan.

¹⁸<http://rizkyzhaehatt.blogspot.co.id/2013/12/kartu-plastik.html>, diakses tanggal 19 Desember 2015.

¹⁹http://www.muamalatbank.com/home/produk/pembiayaan_talangan_haji, diakses tanggal 19 Desember 2015.

Fitur platform pembayaran Muamalat bekerja sama dengan *Visa*, hal ini memungkinkan pemilik *Shar-E Debit Gold* untuk bertransaksi di berbagai wilayah secara global/di seluruh dunia. Berbeda dengan *Shar-E Reguler* yang tidak memiliki jaringan global, sehingga kartu *Shar-E Reguler* tidak bisa digunakan untuk bertransaksi secara global.

Salah satu sarana yang memegang peranan penting dalam penggunaan kartu ATM adalah mesin *Automated Teller Machine* (ATM). ATM merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara otomatis setiap saat (24 jam) dan 7 hari dalam seminggu termasuk hari libur. Pengertian dewasa ini sudah diterjemahkan ke dalam kamus Bahasa Indonesia yang artinya Anjungan Tunai Mandiri.²⁰ ATM kepanjangan dari *Automatic Teller Machine*. Secara harfiah: *automatic* berbicara otomatis, *teller* adalah petugas perbankan yang berada di lini depan melayani nasabah dalam urusan setor uang (*deposit*) dan tarik dana (*withdraw*), sedangkan *machine* adalah mesin.²¹ Mesin ATM merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara otomatis setiap saat (24 jam) dan 7 hari dalam seminggu termasuk hari libur. Pengertian dewasa ini sudah diterjemahkan ke dalam kamus Bahasa Indonesia yang artinya Anjungan Tunai Mandiri.²²

Pelayanan yang diberikan mesin ATM antara lain:

²⁰Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013, hal. 207

²¹[Http://www.mafiakartukredit.com/2011/06/pengertian-kartu-atm.html](http://www.mafiakartukredit.com/2011/06/pengertian-kartu-atm.html), diakses tanggal 25 maret 2016.

²²Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, edisi revisi, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014, hal. 306.

a. Penarikan uang tunai.

Nasabah dapat menarik uang tunai di berbagai mesin ATM yang memiliki hubungan dengan bank penerbit. Besarnya jumlah penarikan tergantung dari limit yang diberikan atau sisa saldo yang tersedia dalam mesin ATM yang bersangkutan.

b. Dapat digunakan sebagai tempat untuk melihat atau mengecek saldo rekening nasabah.

c. Dan pelayanan seperti setoran tunai, penarikan tunai, transfer dana, pembelian, pembayaran listrik, telepon, dan pembayaran lainnya.²³

Adapun manfaat lain yang dapat diberikan oleh mesin ATM adalah:

a. Praktis dan efisien dalam pelayanan.

b. Pengoprasionalan mesin ATM relatif mudah.

c. Melayani keperluan nasabah 24 jam termasuk hari libur.

d. Menjamin keamanan dan *privacy*.

e. Memungkinkan mengambil uang tunai lebih dari 1 kali sehari.

f. Terdapat di berbagai tempat yang strategis.²⁴

1. Kebutuhan dan Keinginan

Secara umum dapat dibedakan antara kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*), kebutuhan itu berasal dari fitrah manusia, bersifat objektif, serta mendatangkan manfaat dan kemaslahatan di samping kepuasan. Pemenuhan terhadap kebutuhan

²³Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013, hal. 207.

²⁴Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010, hal.

akan memberikan manfaat, baik secara fisik, spiritual, intelektual maupun material. Sementara itu, keinginan berasal dari hasrat manusia yang bersifat subjektif. Bila keinginan itu terpenuhi, hasil yang diperoleh adalah dalam bentuk kepuasan. Kebutuhan (*need*) manusia meliputi kebutuhan fisik dasar akan makanan, pakaian, keamanan, kebutuhan sosial serta kebutuhan individu akan pengetahuan, dan suatu keinginan untuk mengekspresikan diri. Dari sifatnya, dalam pandangan ekonomi, kebutuhan (*need*) manusia itu terdiri dari kebutuhan-kebutuhan primer seperti pangan, sandang dan papan, kebutuhan sekunder (pelengkap), dan kebutuhan tersier. Kebutuhan (*need*) biasanya terkait dengan sesuatu yang harus dipenuhi agar sesuatu berfungsi secara sempurna. *Need* (kebutuhan) didefinisikan sebagai segala keperluan dasar manusia untuk kehidupannya. Dalam persepektif ekonomi Islam, semua barang dan jasa yang membawa pengaruh pada kemaslahatan disebut dengan kebutuhan manusia. Misalnya, makan, makanan yang halal dan bergizi merupakan kebutuhan manusia agar tetap hidup sehat.²⁵

Keinginan (*want*) adalah sesuatu yang terkait dengan hasrat atau harapan seseorang, jika dipenuhi belum tentu meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun sesuatu. Ia terkait dengan suka atau tidak sukanya seseorang terhadap suatu barang. Keinginan itu biasanya lebih bersifat subjektif, tidak bisa dibandingkan antara satu dengan yang lainnya. Misalnya, cat, interior ataupun

²⁵Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Ekonomi Islam (Perspektif Maqashid al-Syari'ah)* Jakarta: Kencana, 2014, hal. 161-162.

desain yang baik adalah keinginan manusia dalam membangun rumah, tetapi hanya memberikan kepuasan pemiliknya. Keinginan (*want*) merupakan bentuk kebutuhan manusia yang dihasilkan oleh budaya dan kepribadian individu. Manusia mempunyai keinginan yang nyaris tanpa batas, tetapi sumber dayanya terbatas. Jadi, mereka akan memilih produk yang memberi nilai dan kepuasan paling tinggi untuk uang yang dimilikinya.²⁶ Menurut Imam Al-Ghazali, kebutuhan (*hajat*) adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Kita melihat misalnya dalam hal kebutuhan makanan dan pakaian. Kebutuhan makanan adalah untuk menolak kelaparan dan lemsungkan kehidupan, kebutuhan pakaian untuk menolak panas dan dingin.²⁷ Dalam persepektif ekonomi Islam, kebutuhan manusia itu terbagi pada:

- a. Kebutuhan *dharuri* (pokok) yang merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi dan dipelihara jika tidak dapat terpenuhi, justru akan mengancam kehidupan manusia. Kebutuhan *dharuri* terdiri dari:
 - 1) *Ad-din*, yakni pemenuhan kebutuhan agama seperti ibadah;
 - 2) *Al-nafs*, yakni pemenuhan kebutuhan diri/jiwa seperti makan;
 - 3) *Al-aql*, yakni pemenuhan kebutuhan akal seperti menuntut ilmu;
 - 4) *Al-nasl*, yakni pemenuhan kebutuhan akan rumah tangga seperti menikah;
 - 5) *Al-mal*, yakni pemenuhan kebutuhan akan harta benda;

²⁶*Ibid.*, hal. 162.

²⁷Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2007, hal. 69.

Kelima kebutuhan *dharuri* ini merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Bila ada satu jenis kebutuhan yang diabaikan atau tidak terpenuhi, akan menimbulkan kepincangan dalam kehidupan manusia.

- b. Kebutuhan yang bersifat *al-hajji*, yakni kebutuhan yang bersifat pelengkap yang mengokohkan, menguatkan, dan melindungi kebutuhan yang bersifat *hajji*, seperti melanjutkan pendidikan sampai kejenjang perguruan tinggi. Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi kebutuhan manusia tidak akan terancam apabila kebutuhan *dharuri* telah terpenuhi dengan baik.
- c. Kebutuhan yang bersifat *tahsini*, merupakan kebutuhan yang bersifat memperindah pelaksanaan kebutuhan *dharuri* dan *hajji*, seperti penggunaan telepon genggam dalam berkomunikasi. Sama dengan halnya kebutuhan *hajji*, jika kebutuhan *tahsini* tidak terpenuhi maka kehidupan manusia tidak akan terancam karena kebutuhan *tahsini* hanya berfungsi menambah keindahan dan kesenangan hidup manusia. Dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya manusia dituntut mendahulukan kebutuhan aspek *daruriyyah* (kebutuhan yang bersifat primer atau pokok) dari aspek *hajjiyyah* (kebutuhan yang bersifat sekunder), serta mendahulukan *hajjiyyah* dari *tahsiniyyah* (kebutuhan yang bersifat tersier/pelengkap).²⁸

Ajaran ekonomi konvensional tidak membedakan antara *need* dan *want*. Konsep kapitalisme sangat mengedepankan keinginan. Keinginan menjadikan

²⁸Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Ekonomi Islam (Perspektif Maqashid al-Syari'ah)*, hal. 164-165.

sebuah standar kepuasan bagaimana manusia mencukupi kebutuhan hidupnya. Keinginan dijadikannya sebagai sebuah titik kepuasan. Sehingga konsep ini membawa manusia terjebak dalam perilaku konsumtif. Keynes mengatakan, bahwa permintaan uang kas untuk tujuan transaksi ini tergantung pada pendapatan. Makin tinggi akan uang kas makin tinggi jumlah transaksi yang dilakukan. Menurut Keynes, orang meminta uang untuk transaksi harian. Permintaan ini dipengaruhi oleh besar kecilnya pendapatan. Semakin tinggi pendapatan maka semakin besar permintaan uang untuk tujuan transaksi.²⁹ Berbeda dengan konvensional, dalam Islam, dikenal adanya keseimbangan (*iqtishadi-yah*). Dalam konsep Islam manusia diciptakan untuk beribadah, dan masalah pemenuhan kebutuhan harus mengacu pada keseimbangan.³⁰

Secara umum dapat dibedakan antara kebutuhan dan keinginan sebagaimana dalam tabel berikut:

²⁹[Http://www.definisi-pengertian.com/2015/06/pengertian-teori-permintaan-uang.html](http://www.definisi-pengertian.com/2015/06/pengertian-teori-permintaan-uang.html), diakses tanggal 25 Mei 2016.

³⁰*Ibid.*, hal. 163.

Tabel 2**Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan**

Karakteristik	Keinginan	Kebutuhan
Sumber	Hasrat (nafsu) manusia	Fitrah manusia
Hasil	Kepuasan	Manfaat dan berkah
Ukuran	Preferensi atau selera	Fungsi
Sifat	Subjektif	Objektif
Tuntunan Islam	Dibatasi/dikendalikan	Dipenuhi

Sumber: Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, 2008, hal. 131.

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia bisa meningkat. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi barang/jasa yang halal dan baik secara wajar, tidak berlebihan (ke

2. Prilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsumtif dipahami sebagai paham atau gaya hidup yang menganggap barang-barang mewah sebagai ukuran kebahagiaan dan kesenangan, konsumtif juga diartikan sebagai gaya hidup yang tidak hemat.³² Perilaku konsumtif juga merupakan perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengkonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana

³¹Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, 2008, hal. 131.

³²Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Ekonomi Islam (Perspektif Maqashid al-Syari'ah)*, hal. 190.

terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan. Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu yang semata-mata untuk memuaskan kesenangan serta lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Tanpa pertimbangan yang matang seseorang akan mudah melakukan pengeluaran demi memenuhi keinginannya yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokoknya sendiri,³³ Konsumtif juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang berlebihan, yaitu “semangat berbelanja yang berlebihan sehingga mengarah kepada pola hidup yang mewah”, dengan membelanjakan uang untuk hal-hal yang melebihi kebutuhan demi pemuasan keinginan yang imajiner.³⁴

b. Indikator atau karakteristik perilaku konsumtif yaitu:

1) Membeli produk karena iming-iming hadiah

Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

2) Membeli produk karena kemasannya menarik

Konsumen sangat mudah terpengaruh oleh produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.

3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

³³AfdholAbdulHanaf,[Http://afdholhanaf.blogspot.com/2012/01/v-behaviorurldefaultvmlo.html](http://afdholhanaf.blogspot.com/2012/01/v-behaviorurldefaultvmlo.html), diakses tanggal 16 Maret 2015.

³⁴Syamsul Anwar, *Studi Hukum Islam Kontemporer*, Jakarta: RM Books, 2007, hal. 230.

Konsumen mempunyai keinginan membeli suatu produk sangat tinggi untuk mencari perhatian dari orang lain dan membedakan dirinya seperti orang lain, sehingga individu membeli produk untuk menunjang itu semua.

- 4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

- 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

Konsumen membeli produk eksklusif karena ingin mendapatkan status dari orang lain sehingga dinilai status individu tersebut lebih tinggi status sosial di kalangan masyarakat. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

- 6) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri, bahwa dengan membeli produk yang mereka anggap dapat mempercantik penampilan fisik, mereka akan menjadi lebih percaya diri.

- 7) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.³⁵

6. Etika Islam di Bidang Konsumsi

Etika Islam berarti *akhlaq mahmuda* atau akhlaq terpuji. Istilah etika yang dalam bahasa Indonesianya adalah “kesusilaan”, kata dasarnya adalah “susila” kemudian diberi awalan ke- dan akhiran -an. “susila” berasal dari bahasa Sansekerta, “su” berarti baik dan “sila” berarti “norma” kehidupan. Jadi etika berarti menyangkut kelakuan yang menuruti norma-norma kehidupan yang baik. Adapun etika Islam, berarti menuruti hukum-hukum yang telah ditetapkan Allah SWT agar manusia mencapai kebahagiaan dunia akhirat. Di bidang ekonomi, etika Islam berarti seseorang ketika mengkonsumsi barang-barang atau rezeki harus dengan cara yang halal dan baik. Artinya, perbuatan yang baik dalam mencari barang-barang atau rezeki baik untuk dikonsumsi maupun diproduksi adalah bentuk ketaatan terhadap Allah SWT. Karena itu, orang mu’min berusaha mencari kenikmatan dengan mentaati perintah-perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah-anugerah yang diciptakan

³⁵AfdholAbdulHanaf,[Http://afdholhanaf.blogspot.com/2012/01/v-behaviorurldefaultvmlo.html](http://afdholhanaf.blogspot.com/2012/01/v-behaviorurldefaultvmlo.html), diakses 16 Maret 2015.

Allah untuk umat Islam selama keduanya tidak melibatkan hal-hal yang tidak baik atau merusak.³⁶

Konsumsi berlebih-lebihan, yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, dikutuk dalam Islam dan disebut dengan istilah *israf* (pemborosan) atau *tabzir* (mengahmbur-hamburkan harta tanpa guna).³⁷ Oleh Karena itu, etika Islam diharapkan mampu membentuk pribadi-pribadi muslim-mu'mim, yang tidak hanya menghasilkan kepuasan konsumtif melainkan mampu menciptakan kepuasan produktif. Pribadi-pribadi muslim demikian, tentu tidak akan menjadi *mushrif* atau *mubzir*, tetapi mampu menciptakan produktivitas yang optimal yang membawa maslahat dan rahmat lil' alamin, bukan *mafsadat*.³⁸

Adapun Nilai-nilai Islam yang harus diaplikasikan dalam konsumsi, yaitu:

a. Seimbang dalam Konsumsi

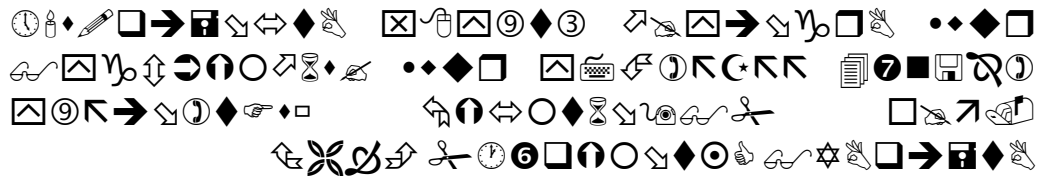
Islam mewajibkan kepada pemilik harta agar menafkahkan sebagian hartanya untuk kepentingan diri, keluarga, dan *fi sabilillah*. Islam mengharamkan sifat kikir, disisi lain Islam juga mengharamkan sikap boros dan menghamburkan harta. Inilah bentuk keseimbangan yang diperintah dalam Al-Qur'an yang mencerminkan sifat keadilan dalam konsumsi.³⁹ Seperti yang diisyaratkan dalam QS Al-Isra' [17]: 29.

³⁶Abdul Aziz, *Ekonomi Islam (Analisis Mikro dan Makro)*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008, hal, 37-38

³⁷Nur Riyanto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*, hal. 86.

³⁸Abdul Aziz, *Ekonomi Islam (Analisis Mikro dan Makro)*, hal, 39.

³⁹Rozalinda, *Ekonomi Islam, Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, hal. 108.



Artinya: “Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.”⁴⁰

b. Membelanjakan Harta pada Bentuk yang Dihalalkan dan dengan cara yang Baik

Islam mendorong dan memberikan kebebasan kepada individu agar agar membelanjakan hartanya untuk membeli barang-barang yang baik dan halal dalam memenuhi kebutuhan hidup. Kebebasan itu diberikan dengan ketentuan tidak melanggar batas-batas yang suci serta tidak mendatangkan bahaya terhadap keamanan dan kesejahteraan masyarakat dan Negara senada hal ini, Abu al-A’al al-Maududi menjelaskan, Islam menutup semua jalan bagi manusia untuk membelanjakan harta yang mengakibatkan kerusakan akhlak ditengah masyarakat. seperti judi yang hanya memperturutkan hawa nafsu.⁴¹ Dalam QS Al-Maidah [5]: 88 ditegaskan:



Artinya: “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya”⁴²

c. Larangan Bersikap *Israf* (Royal), dan *Tabzir* (sia-sia)

⁴⁰Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemah*, hal. 185.

⁴¹Rozalinda, *Ekonomi Islam, Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, hal. 108.

⁴²Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemah*, hal.122.

Adapun nilai-nilai akhlak yang terdapat dalam konsep konsumsi adalah pelarangan terhadap sikap hidup mewah. Gaya hidup mewah adalah perusak individu dan masyarakat, karena menyibukkan manusia dengan hawa nafsu, melalaikan dari hal-hal yang mulia dan akhlak yang luhur. Di samping itu membunuh semangat jihat. Ali Abd ar-Rasul juga menilai memicu terjadinya dekadensi moral masyarakat yang akhirnya membawa kehancuran masyarakat tersebut. Bagi Afzalur Rahman, kemewahan (*israf*) merupakan berlebih-lebihan dalam kepuasan pribadi atau membelanjakan harta untuk hal-hal tidak perlu.⁴³

Al-Qur'an memuji dan meyanjung sikap orang-orang yang berbuat ekonomis dan hemat dalam kehidupan mereka. Dalam hal ini, Al-Qur'an menginginkan sikap ekonomis menjadi moral agama yang fundamental dan moral pribadi kaum Muslim.⁴⁴ Di samping itu, dalam perilaku konsumsi seorang Muslim dituntut untuk bersikap sederhana tidak berlebih-lebihan dan tidak boros. menyesuaikan kebutuhan dan keinginan dengan anggaran yang ada. Seperti yang dinasehatkan dalam pepatah Minang, *ukur bayang-bayang sama tinggi dengan badan*.⁴⁵

7. Konsep *Tabzir* dan *Israf*

Tabzir adalah sesuatu yang ditentang oleh Islam, hal ini terbukti dengan Surah Al Israa' ayat 27 yang artinya orang-orang yang pemboros adalah

⁴³Rozalinda, *Ekonomi Islam, Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, hal. 109.

⁴⁴Rozalinda, *Ekonomi Islam, Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, hal. 109-110.

⁴⁵*Ibid.*, hal. 110.

saudaranya setan. *Tabzir* lebih sifat pemborosan. Menurut Muhammad Hasan al-Hamshi, pemborosan itu sangat terkait dengan kadar ketaatan kita kepada Allah. Semakin boros seseorang maka semakin lemah tingkat ketaatannya kepada Allah. Berarti bahwa orang yang boros berada dalam jalan yang sama terhadap setan. Keduanya berada pada jalur pembangkangan kepada Allah.

Imam Syafi'I memberikan pernyataan bahwa *tabzir* adalah membelanjakan harta untuk sesuatu yang tidak dibenarkan. Jumhur Ulama berpendapat bahwa di dalam hal kebaikan tidak ada istilah *mubazir*. Akan tetapi, barang siapa yang membelanjakan hartanya demi nafsu belaka dan melebihi kebutuhannya sampai hartanya habis, maka ia termasuk kategori pemboros.⁴⁶ Dikatakan boros apabila dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari di luar batas kewajaran. Yaitu berlebihan dalam hal makanan, berpakaian, membangun rumah dan pemenuhan hiburan.⁴⁷ Dalam hukum (fiqih) Islam, orang semacam itu seharusnya di kenai pembatasan-pembatasan dan bila di anggap perlu, dilepaskan dan di bebaskan dari tugas mengurus harta miliknya sendiri. Dalam pandangan syari'ah, dia seharusnya diperlakukan sebagai orang yang tidak mampu dan orang lain seharusnya ditugaskan untuk mengurus harta selaku wakilnya.⁴⁸

Selain perilaku boros yang sudah dijelaskan sebelumnya, ada juga perilaku konsumtif yang lain yaitu *israf*. Perilaku ini mempunyai kesamaan dengan

⁴⁶Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Ekonomi Islam (Perspektif Maqashid al-Syari'ah)*, hal. 188.

⁴⁷Ika Yunia Fauzia, *Prinsip Ekonomi Islam (Perspektif Maqashid al-Syari'ah)*, Jakarta: Kencana, hal. 190-191.

⁴⁸Nur Riyanto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*, Jakarta: Kencana, 2010, hal. 87.

perilaku *tabzir*, sama-sama perilaku yang berlebih-lebihan dalam hal konsumsi, namun perilaku *israf* lebih kepada bermewah-mewahan. Kemewahan merupakan sifat utama pendudukan neraka, kemegahan dalam pandangan Islam merupakan faktor utama dari kerusakan maupun kehancuran individu dan masyarakat. Menurut Imam al-Razi, orang yang mewah adalah yang sombong karena kenikmatan atau kemudahan hidup. Tidak boleh berlebih-lebihan dalam membelanjakan hartanya walaupun di jalan yang halal. Rasulullah bahkan melarang seorang sahabat untuk berlebih-lebihan ketika sedang berwudhu walaupun hanya dengan menggunakan air sungai mengalir.⁴⁹

Bukan hanya aspek halal haram saja yang menjadi batasan konsumsi dalam syariah Islam. Termasuk pula aspek yang mesti diperhatikan adalah yang baik, yang cocok, yang bersih, dan yang tidak menjijikan. Syariah sendiri menganjurkan untuk memilih komoditi yang bersih dan bermanfaat dari semua komoditi yang diperbolehkan. Kemudian yang termasuk batasan konsumsi dalam syariah adalah pelarangan *israf* atau berlebih-lebihan. Perilaku *israf* diharamkan sekalipun komoditi yang dibelanjakan adalah halal. Namun demikian, Islam tetap membolehkan seorang Muslim untuk menikmati karunia kehidupan, selama itu masih dalam batas kewajaran. Dalam menghapus perilaku *israf* Islam memerintahkan:

- a. Memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan dan lebih bermanfaat.

⁴⁹Ika Yunia Fauzia, *Prinsip Ekonomi Islam (Perspektif Maqashid al-Syari'ah)*, Jakarta: Kencana, hal. 190-191.

b. Menjauhi konsumsi yang berlebih-lebihan untuk semua jenis komoditas.

Kesejahteraan itu tidak tepat apabila diukur dengan ukuran kemewahan seseorang. Namun, kesejahteraan lebih tepat diukur menurut terpenuhinya *mashlahat* lima kebutuhan dasar yang disokong oleh kelengkapan *hajiyyat* dan *tahsiniyat*-nya.⁵⁰

Lima *mashlahat* kebutuhan dasar yaitu:

1. *Ad-din*, yakni pemenuhan kebutuhan agama seperti ibadah;
2. *Al-nafs*, yakni pemenuhan kebutuhan diri/jiwa seperti makan;
3. *Al-aql*, yakni pemenuhan kebutuhan akal seperti menuntut ilmu;
4. *Al-nasl*, yakni pemenuhan kebutuhan akan rumah tangga seperti menikah;
5. *Al-mal*, yakni pemenuhan kebutuhan akan harta benda;⁵¹

Seorang muslim dilarang memperoleh harta dari jalan haram, ia juga dilarang membelanjakan uang di jalan halal dengan melebihi batas kewajaran. Hidup sederhana adalah tradisi Islam yang mulia, baik dalam membeli makanan, minuman, pakaian dan kediaman, atau dalam segi kehidupan apapun.⁵²

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang yang telah terdeskripsi secara rinci, penulis lebih menitik beratkan pada pengaruh fasilitas kartu ATM terhadap perilaku konsumtif nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Palangka Raya.

⁵⁰Muhammad dan Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Isla*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006, hal, 15-16.

⁵¹Rozalinda, *Ekonomi Islam, Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014, hal. 106.

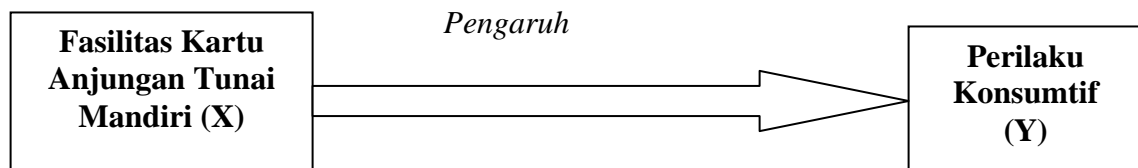
⁵²Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani, 1997, hal. 148

Teori tentang permintaan akan uang tunai Keynes mengatakan, bahwa permintaan uang kas untuk tujuan transaksi ini tergantung pada pendapatan. Makin tinggi akan uang kas makin tinggi jumlah transaksi yang dilakukan. Semakin tinggi pendapatan maka semakin besar permintaan uang untuk tujuan transaksi. Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin banyak uang tunai yang dimiliki maka semakin tinggi jumlah transaksi yang dilakukan oleh seseorang, dengan adanya fasilitas kartu ATM yang disediakan oleh pihak bank untuk para nasabahnya lebih mempermudah seseorang dalam melakukan transaksi, karena fasilitas kartu ATM yang disediakan oleh pihak bank sangat relatif mudah digunakan, dilengkapi dengan jaringan ATM Bersama serta *phone banking* atau *sms banking* 24 jam. Kemudahan ini lah yang membuat seseorang lebih banyak melakukan transaksi dan cenderung berperilaku konsumtif, dengan demikian fasilitas kartu anjungan tunai mandiri ATM menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas kartu ATM dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Kerangka pikir pada penelitian ini terpola pada suatu alur pemikiran yang terkonsep seperti tampak pada skema berikut ini:

Skema 1 : Kerangka Pikir

**Pengaruh Fasilitas Kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Terhadap Perilaku
KOnsumtif Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Palangka Raya.**



Keterangan : X = Fasilitas Kartu Anjungan Tunai mandiri

Y = Perilaku konsumtif

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka untuk pemecahan masalah peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

Fasilitas kartu anjungan tunai mandiri (ATM) sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif nasabah Bank Muamalat Indonesia cabang Palangka Raya.